

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| COVER..... | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN PENGUJI | iv |
| MOTO..... | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR DIAGRAM..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| BAB I..... | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| E. Penegasan Istilah..... | 7 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II | 13 |
| A. Analisis SWOT | 13 |
| B. Metode Perumusan Strategi: Analisis SWOT..... | 13 |
| C. Tahapan Analisis SWOT..... | 19 |
| D. Digital Marketing..... | 26 |
| E. Strategi..... | 31 |
| F. <i>Branding</i> | 33 |
| G. Penelitian Terdahulu..... | 35 |
| BAB III..... | 42 |

| | |
|--|-----------|
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 42 |
| B. Lokasi Penelitian | 43 |
| C. Kehadiran Peneliti | 44 |
| D. Sumber Data | 45 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 46 |
| F. Teknik Analisa Data | 48 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data | 49 |
| H. Tahap Penelitian | 51 |
| BAB IV | 54 |
| A. Paparan Data | 54 |
| B. Instrumen Penelitian dan Analisis Data SWOT <i>Digital Marketing</i> sebagai Strategi <i>Branding</i> Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tropisco Bago Tulungagung..... | 57 |
| BAB V | 83 |
| A. Implementasi strategi <i>digital marketing</i> UMKM Tropisco Id | 83 |
| B. Analisis SWOT pada <i>digital marketing</i> UMKM Topisco Id | 84 |
| C. Implementasi <i>digital marketing</i> sebagai strategi <i>branding</i> produk usaha mikro, kecil dan menengah Tropisco Bago Tulungagung | 88 |
| BAB VI..... | 90 |
| A. Kesimpulan | 90 |
| B. Saran | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 93 |
| LAMPIRAN - LAMPIRAN | 96 |